

УДК 338.242.2

І.Б. Шкіра, І.П. Вовк, канд. економ. наук.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА РИНКУ СВІЛОТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

I. B. Shkira, I. P. Vovk, Ph.D.

FORMATION OF THE INNOVATIVE STRATEGY IN THE MARKET OF LIGHTING PRODUCTS

В сучасних умовах ринку вітчизняної економіки підприємства зіштовхнулися з високим ступенем невизначеності розвитку подій, з різкими змінами зовнішнього середовища і проблемами внутрішнього середовища. Для зменшення негативних впливів на підприємство необхідно аналізувати зміни ринкового середовища, формувати заходи щодо їхньої ліквідації або зменшення негативних наслідків та використання можливостей підприємства.

Зміна виробничих технологій, боротьба за споживача та якість продукції, висока конкуренція вимагають від вітчизняних підприємств інноваційних підходів до вирішення питань управління їхньою діяльністю. Метою діяльності підприємств світлотехнічної промисловості є створення продукції, що забезпечить максимально можливий ступінь задоволення споживачів, а також дозволить підвищити продуктивність праці і знизити собівартість продукції та гарантуватимуть створення сприятливих умов для інноваційного розвитку підприємства.

Досліджуючи проблему стратегічного управління, визначено, що стратегічне управління – це не лише чітко визначені дії і сформований конкретний план робіт, а – концепція виживання в певних умовах. Вона дає конкретне уявлення про те, яким повинно бути підприємство у майбутньому; в якому оточенні йому необхідно буде працювати; яку позицію займати на ринку; які мати конкурентні переваги та які зміни слід здійснити.

Проблеми та рекомендацій щодо інноваційного розвитку національної економіки, її регіонів, окремих галузей, підприємств займалися такі науковці: О. І. Амоша, Б. М. Андрушків, О. В. Бойко, І. М. Буднікевич, Ж. А. Говоруха, В. М. Гончаров, Л. В. Дейнеко, С. М. Ілляшенко, О. В. Кіктенко, О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, І. А. Павленко, Д. В. Солоха, Л. І. Федулова, А. В. Череп та інші [1-3].

Однак недостатньо вивчено окремі питання стратегічного управління інноваційним розвитком промислових підприємств, зокрема, світлотехнічної галузі, яка обрана об'єктом нашого дослідження, залишаються недостатньо вивченими.

Для створення інноваційної стратегії підприємства, перш за все, потрібно звернути увагу на чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, а саме: наявність концепції інноваційного розвитку; місце підприємства на ринку; виробництво продукції, що користується попитом; якість продукції; потенціал підприємства; впровадження засобів інформаційно-маркетингового забезпечення; ефективність інноваційного розвитку.

Саме ці чинники дозволяють обрати правильну інноваційну стратегію управління, що забезпечить ефективну його діяльність та формування конкурентних переваг на ринку.

Для підприємства ТОВ «ОСП Корпорація Ватра» визначено, що одним із шляхів інноваційного розвитку підприємства є удосконалення системи інформаційно-маркетингового забезпечення вивчення та прогнозування попиту на продукцію

підприємства. У цьому напрямі запропоновано акцентувати увагу на проведенні маркетингових досліджень і визначенні умов, за яких забезпечується найповніше задоволення споживачів, визначено процедуру управління цим процесом.

Формування і функціонування єдиної маркетингової служби є ефективним інструментом удосконалення господарського механізму в сучасних умовах, підвищення рівня використання інноваційного потенціалу світлотехнічних підприємств.

Для впровадження інноваційної стратегії підприємства, «ОСП Корпорація Ватра» потрібно вжити наступні заходи:

- Розширювати ринки збуту за рахунок нового асортименту, пошуку потенційних клієнтів не тільки в Україні, а за її межами, розробити і впровадити інноваційні технології, техніку та методи керівництва та виробництва;
- Автоматизація і механізація праці;
- Розширення мережі представників у промислово розвинутих областях Сходу та Півдня України, зокрема Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій областях;
- Нарощування обсягів виробництва високотехнологічної продукції, що відповідає вимогам ринку;
- Максимально розгортання рекламної компанії продукції підприємства;
- Участь в інноваційних програмах;
- Пошук інвесторів для модернізації виробництва;
- Удосконалення систем управління ризиками, включаючи здійснення ефективного моніторингу з боку спостережної ради та управління, з метою вчасного виявлення, оцінки, моніторингу та контролю усіх суттєвих ризиків, а також оцінки адекватності капіталу та ліквідності з урахуванням профілю ризиків, ринкових та макроекономічних умов;
- Розробити чіткі заходи щодо зниження витрат на виробництво, зокрема матеріалоємності та енергоємності, що в кінцевому підсумку має привести до зниження ціни;
- Випустити нові каталоги, рекламні буклети та технічну інформацію для потенційних споживачів;
- Розробити інноваційні побутові світильники з урахуванням сучасних вимог щодо дизайну, якості покриття, матеріалоємності та енергоємності.

Для інноваційного розвитку вітчизняних підприємств світлотехнічної галузі виявлено, що резерви його активізації є достатньо різноплановими. Важливим чинником успішного функціонування на ринку світлотехнічної продукції є розробка інноваційної стратегії.

ТОВ «ОСП Корпорація Ватра» доцільно обрати до розробки еволюційну комплексну інноваційну стратегію, як поєднання продуктових і процесних інновацій. Для реалізації інноваційної стратегії і, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності підприємства та обмеження негативного впливу зовнішнього середовища на діяльність ТОВ «ОСП Корпорація Ватра», запропоновано здійснити низку заходів інноваційного, маркетингового та організаційного характеру.

Література

1. Андрушків Б. Аналітичні аспекти маркетингового потенціалу в теорії конкурентоспроможності підприємства / Б. Андрушків, Л. Бицюра // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 1 (4).
2. Вовк Ю. Технічний рівень виробництва в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства (методичні основи і діагностика) [Електронний ресурс] / І. Стойко, Ю. Вовк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 2 (7). – С. 264-271.